



**“Tepic, un reencuentro con el pasado” propuesta de un recorrido
turístico con animación cultural por los Estados**
**“Tepic, a reunion with the past” Proposal of a tourist route with cultural
animation by the estates**

Griselda Guadalupe Camacho González
Universidad Autónoma de Nayarit
griselda.camacho@uan.edu.mx

Brianda Elizabeth Covarrubias Arcadia
Universidad Autónoma de Nayarit
brie.covarrubias@gmail.com

Javier Antonio Jiménez Durón
Universidad Autónoma de Nayarit
xavierjd94@gmail.com



“Tepic, un reencuentro con el pasado” propuesta de un recorrido turístico con animación cultural por los Estados

“Tepic, a reunion with the past” Proposal of a tourist route with cultural animation by the estates

Animación Sociocultural Turística Regional

Griselda Guadalupe Camacho González

Universidad Autónoma de Nayarit
griselda.camacho@uan.edu.mx

Brianda Elizabeth Covarrubias Arcadia

Universidad Autónoma de Nayarit
brie.covarrubias@gmail.com

Javier Antonio Jiménez Durón

Universidad Autónoma de Nayarit
xavierjd94@gmail.com

Resumen

La presente investigación se centra en la propuesta de un producto turístico para Tepic, Nayarit, donde una vez analizada la oferta turística en el lugar, se identificó que en la ciudad existe poca diversidad de productos turísticos, por lo que la baja afluencia turística en la capital pudiera ser una de las causas de la escasa diversidad de productos turísticos. Con esta propuesta se busca incrementar la oferta turística de la ciudad y proyectar a Tepic como destino turístico a nivel regional y nacional. El resultado de esta investigación es la propuesta de un recorrido turístico que acerca al turista con la historia de Tepic a través de la animación sociocultural expresada en algunos de sus edificios históricos.

Palabras clave: Haciendas, Tepic, producto, recorrido, animación.

Abstract

The present research focuses on the proposal of a tourist product for Tepic, Nayarit, where once the tourist offer was analyzed in the place, it was identified that in the city there is little diversity of tourist products, reason why the low tourist influx in the Capital could be

one of the causes of the scarce diversity of tourism products. This proposal seeks to increase the tourist offer of the city and to project Tepic as a tourist destination at regional and national level. The result of this research is the proposal of a tourist route that brings the tourist with the history of Tepic through the sociocultural animation expressed in some of its historic buildings.

Keywords: Estates, Tepic, product, route, animation.

Introducción

“El desarrollo de producto es importante para que el destino se adapte a los cambios del mercado y se mantenga en una fase de consolidación, o para desarrollar nuevos destinos y productos concebidos para atraer nuevos mercados”. (Turismo, 2002)

El ideal de un turismo en masa está sustentado por el turismo convencional, las grandes cadenas hoteleras y los resorts ofrecen al turista a través de sus exitosos *all inclusive* diversas experiencias dentro del mismo lugar, dejando de lado el contacto con el entorno que los rodea y la cultura local, causando en muchas de las ocasiones que los residentes locales sufran un proceso de transformación al sentirse desplazados, llamado; transculturización. Es por eso que muchos destinos han empezado a dar relevancia al turismo alternativo. Las nuevas tendencias del turismo apuntan a un perfil de turista totalmente diferente al convencional, este nuevo perfil busca satisfacer las necesidades del turista a través de la interacción con el medio que los rodea, la cultura local, la comida típica, hostales etc., provocando así la activación de la economía en la localidad.

Tepic siendo la capital del estado de Nayarit, es una ciudad con una vocación turística cultural. En Tepic se concentran los principales museos del estado y cuenta con una gran variedad de edificios históricos y culturales, que, si bien no están siendo aprovechados de la mejor manera, tienen mucho potencial turístico.

“El turismo es un vínculo de comunicación intercultural, de donde emanan acciones sociales, culturales y productivas. La relación del patrimonio cultural con el fenómeno turístico, ha tomado tal fuerza que podríamos hablar de una nueva industria del patrimonio”. (López Gloria, 2003).

“Tepic, un reencuentro con el pasado” es una propuesta de producto turístico que está diseñado para ofrecer a los visitantes una nueva experiencia a través de la animación cultural, con servicios como lo son alimentos típicos de la región, transporte, guía turístico, entre otros.

Los objetivos de esta propuesta de ruta turística son incrementar la oferta turística de calidad en la ciudad fomentando la conservación de la cultura local y de los edificios de la región, reactivar la participación del turismo como fuente económica del municipio y de esta manera proyectar a Tepic a nivel regional y nacional como destino turístico.

Turismo y mercados naturales del municipio (DEMANDA DEL DESTINO)

Las cifras de los visitantes al municipio, nos indican cuáles son los principales mercados naturales para realizar turismo, en función de la cantidad de turistas que proceden de ellos.

Los principales mercados geográficos para Tepic, son:

Nacional	93 %	
Jalisco	30 %	
Sinaloa	19 %	
Baja California	8 %	
Michoacán	8 %	
Distrito Federal	6 %	
Nayarit	4 %	
Estado de México	4 %	
Sonora	3 %	Acaponeta 1 % Compostela 1 % Santiago Ixcuintla 1 % Tecuala 1 %
Guanajuato	3 %	
Aguascalientes	3 %	
Colima	2 %	
Veracruz	1 %	
Querétaro	1 %	
Puebla	1 %	
Hidalgo	1 %	
Durango	1 %	

Tabla 1: Elaboración propia con datos proporcionados por SECTURNAY, abril 2017.

Internacional	7 %
Estados Unidos	6 %
España	1 %

Tabla 2: Elaboración propia con datos proporcionados por SECTURNAY, abril 2017.

Diagnóstico de servicios en el destino

Según la Secretaría de Turismo del estado de Nayarit en cuanto a la oferta de servicios turísticos, la ciudad de Tepic cuenta con:

- En hospedaje formal, 52 establecimientos.

- 1785 habitaciones.
- Restaurantes con categoría turística 138.
- Otros servicios como transporte. (Central de autobuses, Aeropuerto)

Diseño del producto

“El diseño del producto refuerza la conciencia de los diversos actores locales sobre la necesidad de fortalecer las alianzas estratégicas, de tal manera que el destino actúe como cadena productiva”. (Ávila, 2006)

Para el diseño de la ruta que se propone, se eligieron cuatro Monumentos Históricos Inmuebles de los 296 existentes en el catálogo del Instituto Nacional de Antropología e Historia del Municipio de Tepic, a continuación se describen:

Nombre del Atractivo	Categoría	Ubicación	Características
Ex Hacienda de Puga	Monumento Histórico	Francisco I Madero, Nayarit.	Esta importante hacienda dio nacimiento al ingenio azucarero de Puga, el cual se funda a finales del siglo XVIII. En 1842 fue adquirida por el Sr. José María Castaños, quien la remodelo con la más alta tecnología de la época. Posteriormente y una vez modernizada la adquirió la familia Aguirre. La antigua casona conserva su originalidad y es utilizada como oficinas principales de este gran ingenio azucarero.

Nombre del Atractivo	Categoría	Ubicación	Características
Ex Fábrica Azucarera de La Escondida	Monumento Histórico	La Escondida, Nayarit.	Fue adquirida por Juan Antonio de Aguirre y Zúñiga hacia el año de 1860 siendo un pequeño trapiche piloncillero y anexo a él un destiladero de aguardiente. Al igual que la fábrica de bellavista, la Hacienda de la Escondida entró en un proyecto de modernización tecnológica, y luego de resolver los problemas de un desmesurado crecimiento, se convirtió durante el porfiriato en una empresa de arrollador ascenso. La modernización de La Escondida inicio el 16 de marzo de 1874 cuando se recibió en el puerto de San Blas, procedente de San Francisco, California, en el paquebote Nidaros, una remesa de maquinaria que incluía un alambique y un rectificador para la industria azucarera, los cuales habían sido comprados por 75 mil francos en París, Francia. Además el edificio de la fábrica y sus instalaciones, según la narración del químico norteamericano A.L Nolf, estaba constituido especialmente como un modelo en su género tanto por su solidez como por una bonita arquitectura. Los campos de caña eran regados por medio de centenares de acequias que cruzaban en todas direcciones. Basta decir que las acequias, arquerías y tubos de acero instalados ya para dicho riego, formaban el asombroso total de 50 kilómetros de largo para tener una idea de lo que fue esta colosal empresa. El azúcar de La Escondida era producto preferido por muchos centros consumidores, entre los que se encontraban Guadalajara, Baja California y Sonora. Para dar una idea aproximada de toda esta actividad, quizás, baste decir que las exportaciones del dulce daban ocupación a 1500 arrieros en cada zafra, quienes lo transportaban en sus recuas de Tepic al puerto de San Blas.

Nombre del Atractivo	Categoría	Ubicación	Características
Hacienda de San Cayetano	Monumento Histórico	San Cayetano, Nayarit.	La casa grande de la hacienda es una construcción de finales del siglo XVIII, fue levantada por el Capitán de Navío Gonzalo López de Haro. Sus propietarios a lo largo del siglo XIX fueron Agustín Rivas, quien heredo Carlos Rivas Góngora, heredando posteriormente a Carlos Rivas Varela y después a Francisco Rivas Gómez. En 1861 en plena lucha entre liberales y conservadores, se registraron en la Hacienda incursiones coras al mando de Manuel Lozada "El tigre de Álica". Esta importante hacienda destaco a lo largo del siglo XIX, como una de las más importantes ganaderías del valle de Matatipac y sobre todo la cría de toros de lidia. Actualmente pertenece a la Familia Menchaca.

Nombre del Atractivo	Categoría	Ubicación	Características
Ex Fabrica Textil de Bellavista	Monumento Histórico	Bellavista, Nayarit.	<p>La tradición viene manejando desde hace mucho tiempo que el nombre, se lo sugirió al propietario original de la Empresa Textil, precisamente una fábrica que todavía existe en Gante, Bélgica, con ese preciso nombre, Fábrica de Bellavista o mejor dicho en ese idioma Neerlandés BELLEVUE. Este edificio llamó la atención de Castaños al tal grado de hacer una réplica exacta aquí en este pueblo. Indagando más acerca de la palabra Bellevue; se pronuncia BÉLEVIU, este significa Bellavista en neerlandés idioma que se habla en Gante, Bélgica. José María Castaños y Llano no solo se trajo la fachada de esa fábrica ubicada en Gante, sino que además también le puso el nombre Bellevue traducido al español, Bellavista.</p> <p>En los diferentes viajes que realizó don José María de Castaños y Llano (fundador y dueño de la fábrica en 1841) al observar en Bélgica un hermoso edificio que hacía de fábrica textil; llamada también "Fabrica de Bellavista" le llama poderosamente la atención que en él se tornó la obsesión de aquella imagen. De esa manera, visionariamente se trae los planos desde aquel lejano país y a la vez contrata al arquitecto belga Juan Bregman para que levante el edificio en menos de dos años, pues los cimientos comenzaron a abrirse a principios de 1839, y a medio terminar la fábrica comienza a funcionar supuestamente el 11 de septiembre de 1841, cumpleaños del propietario, fecha que bien pudiera tomarse como la fundación oficial de Bellavista, dedicada a la fabricación de telas y manta principalmente.</p> <p>Para echar a andar la maquinaria y utilizar la fuerza motriz se usaron las aguas del río Mololoa. A partir de 1860 fue comprada por Juan Antonio Aguirre, quien la conservo hasta el año de 1930. En esta fábrica se iniciaron los primeros movimientos de huelga y posteriormente en 1918 se funda el primer sindicato. Después pasó a ser Administrada por cooperativas de la localidad.</p> <p>La fábrica dejó de funcionar en el año de 1989. Actualmente es administrada por el Gobierno del Estado de Nayarit a través del CECAN.</p>

Tabla 3. Elaboración propia con datos proporcionados por INAH, abril 2017.

Metodología

La investigación que se realizó fue documental y de campo con un enfoque descriptivo siguiendo el proceso sistemático de indagación, recolección, organización, análisis e interpretación de información de datos en torno a la oferta y la demanda turística en el municipio de Tepic.

Una vez analizados e interpretados los datos recolectados, se procedió al diseño de la propuesta del producto turístico teniendo como base la metodología formulada por la Secretaría de Turismo de México, que, a su vez, recoge elementos de lo que firmas españolas han implantado al respecto.

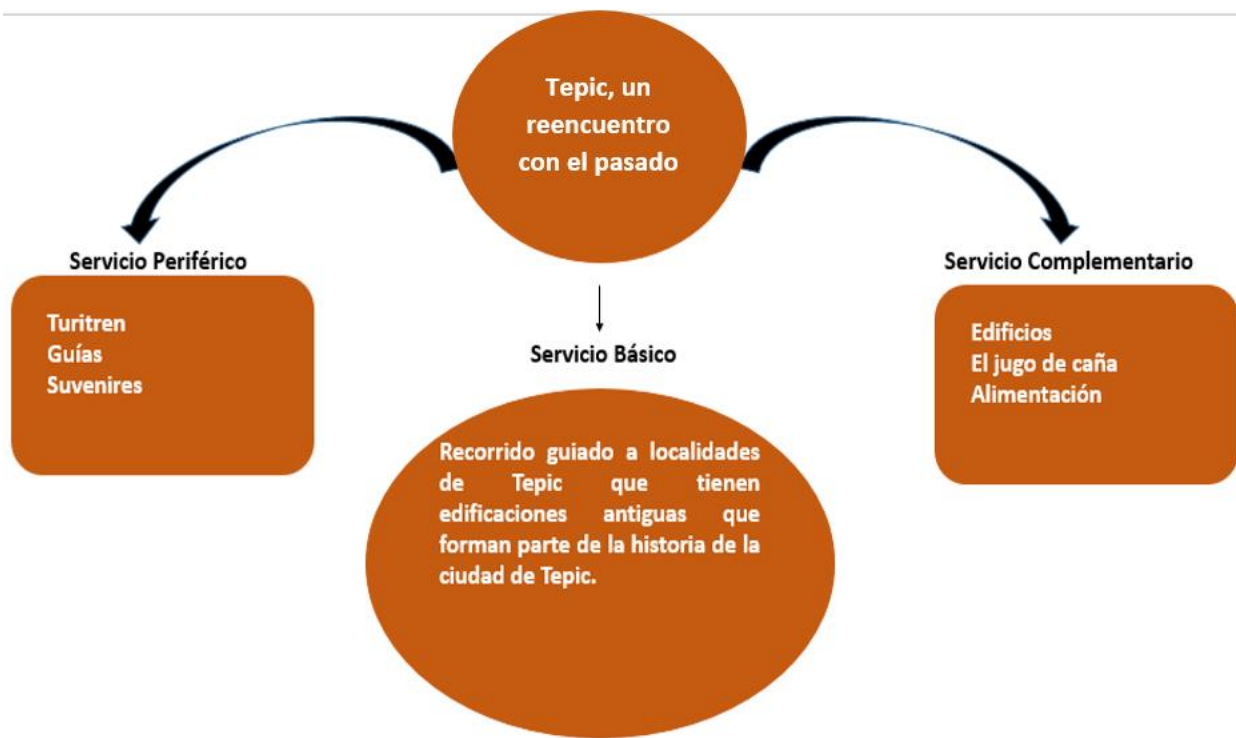
Primeramente se definió el objetivo general del producto en relación con las potencialidades del destino y la forma en que se comporta la demanda, después se planteó el concepto del producto definiendo los beneficios funcionales y/o vivenciales, finalmente se estructuró el mix del producto.

Resultados y conclusiones

El resultado de la investigación fue el diseño de una propuesta de un recorrido cultural turístico con animación que cuenta con representaciones teatralizadas por las haciendas: La Escondida, Ex-fábrica textil de Bellavista, Puga y San Cayetano en el municipio de Tepic, Nayarit. A este recorrido se le ha llamado *Tepic, un reencuentro con el pasado* y consiste en:

- Un vehículo motorizado con forma de tren (*turitren*).
- Representaciones de la historia de cada lugar (haciendas) a visitar con dramatización-teatralización profesionales.
- Servicios de un guía certificado bajo la NOM-TUR-08-2002 de la Secretaría de Turismo.
- Material impreso referente a la historia y hechos del pasado de cada una de las haciendas.

Mix del producto



Referencias

- Ávila, V. R. (2006). *Documentación Turismo Responsable* . Obtenido de <http://documentacion.turismoresponsable.com.co/wp-content/uploads/2016/10/Diseno-Producto-Turistico-2006-1.pdf>
- Espinoza, C. G. (2009). *UAEH*. Obtenido de https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/icea/LI_AdmTuris/Caro_Gonza/turismo.pdf
- Martínez, E. (2010). *Real Estate Market & Lifestyle*. Obtenido de <http://www.realestatemarket.com.mx/articulos/turismo/11566-mexico-potencial-mundial-en-turismo>
- Sampieri, R. H. (2013). *Metodología de la Investigación*. México : McGraw-Hill Interamericana.
- Turismo, S. d. (2002). *Cómo desarrollar los productos turísticos competitivos*. México .